



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

“EL MARKETING INTERNO Y EL DESEMPEÑO LABORAL
EN LA EMPRESA PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y
FORMACIÓN DOCENTE E.I.R.L. DE LA CIUDAD DE
TRUJILLO, AÑO 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Marketing

Autora:

Bach. Katherin Patricia Gutierrez Rodriguez

Asesor:

Mg. Jocelyn Ruth Infante Linares

Trujillo – Perú
2020

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE GRÁFICOS	8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	10
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1. Realidad problemática	13
1.2. Formulación del problema	14
1.3. Justificación	14
1.4. Limitaciones.....	15
1.5. Objetivos.....	15
1.5.1. <i>Objetivo general</i>	15
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i>	15
CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO	17
2.1. Antecedentes.....	17
a. Internacionales	17
b. Nacionales.....	19
2.2. Bases Teóricas	23
2.2.1. <i>Marketing Interno:</i>	23
2.2.2. <i>Desempeño Laboral:</i>	34
2.3. Hipótesis	37
CAPITULO 3. METODOLOGÍA	38
3.1. Operacionalización de variables.....	38
3.2. Diseño de investigación.....	43
3.3. Unidad de estudio	43
3.4. Población	43
3.5. Muestra	43
3.6. Técnicas.....	43
3.6. Instrumentos	43
3.7. Procedimiento de análisis de datos	43
3.8. Validación de instrumentos.....	44
<i>Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach</i>	44
CAPITULO 4. RESULTADOS	46

4.1.	Resultados del objetivo específico 1: Medir el nivel del marketing interno de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L. de la ciudad de Trujillo, año 2020	46
4.1.1.	<i>Resultados por dimensiones de la gestión de marketing interno</i>	47
4.2.	Resultados del objetivo específico 2: Medir el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L de la ciudad de Trujillo en el año 2020	48
4.2.1.	<i>Resultados por dimensiones del nivel de Desempeño Laboral.....</i>	49
4.3.	Resultados del objetivo específico 3: Identificar la relación que existe entre las dimensiones de marketing interno con el desempeño laboral en los colaboradores de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L. de la ciudad de Trujillo 2020. .	50
CAPITULO 5. PROPUESTA.....		56
5.1.	Descripción	56
5.2.	Justificación	56
5.3.	Diagnóstico situacional interno.....	56
5.4.	Objetivos de la Propuesta	58
4.3.1.	<i>Objetivo General</i>	58
4.3.2.	<i>Objetivos Específicos.....</i>	58
5.5.	Desarrollo de la Propuesta	58
5.6.	Plan de acción	59
5.1.	Cronograma.....	62
5.1.	Presupuesto	62
CAPITULO 6. DISCUSIÓN.....		63
CONCLUSIONES		66
RECOMENDACIONES.....		68
Bibliografía		69
ANEXOS		71
6.1.	Resultados de medir el Marketing Interno.....	80
6.1.1.	<i>Primera dimensión: Desarrollo Personal</i>	80
6.1.2.	<i>Segunda dimensión: Contratación y retención de los empleados.....</i>	83
6.1.3.	<i>Tercera dimensión: Adecuación al trabajo.....</i>	85
6.1.4.	<i>Cuarta dimensión: Comunicación interna</i>	87
6.2.	Resultados de medir el Desempeño Laboral	90
6.2.1.	<i>Primera dimensión: Factores actitudinales</i>	90
6.2.2.	<i>Segunda dimensión: Factores operativos.....</i>	102

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Alfa de Cronbach de la variable Marketing Interno	44
Tabla 2: Resumen del procesamiento de datos de la variable Marketing Interno	44
Tabla 3: Alfa de Cronbach de la variable desempeño laboral.....	45
Tabla 4: Resumen del procesamiento de datos de la variable Desempeño laboral	45
Tabla 5: Apreciación del marketing interno de los clientes internos de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020	46
Tabla 6: Valoración de las dimensiones de la gestión de marketing interno la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.	47
Tabla 7: Apreciación de los colaboradores sobre el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L de la ciudad de Trujillo en el año 2020	48
Tabla 8: Dimensiones del desempeño laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.	49
Tabla 9. Correlación entre la Gestión de Marketing Interno y el Desempeño Laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.	50
Tabla 10. Correlación entre la dimensión desarrollo personal y el Desempeño Laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.	51
Tabla 11. Correlación entre la dimensión contratación y retención de los empleados y el Desempeño Laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.....	52
Tabla 12. Correlación entre la dimensión adecuación al trabajo y el Desempeño Laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.	53
Tabla 13. Correlación entre la dimensión comunicación interna y el Desempeño Laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.	54
Tabla 14: Estrategia de contratación y retención 1	59
Tabla 15: Estrategia contratación y retención 2	60
Tabla 16: Cronograma anual de actividades, año 2020.....	62
Tabla 17: Presupuesto de actividades	62
Tabla 18: Capacitaciones de la empresa	80
Tabla 19: Oportunidades de crecimiento laboral.....	81

Tabla 20: Conocimientos de los servicios	82
Tabla 21: Selección de nuevos trabajadores	83
Tabla 22: Remuneraciones.....	84
Tabla 23: Toma de decisiones.....	85
Tabla 24: Necesidades laborales	86
Tabla 25: Conocimiento de resultados	87
Tabla 26: Valores de la empresa	88
Tabla 27: Cambios dentro de la empresa	89
Tabla 28: Puntualidad	90
Tabla 29: Ejemplo de trabajo para mis compañeros	91
Tabla 30: Asistencia a reuniones.....	92
Tabla 31: Desenvolvimiento con compañeros.....	93
Tabla 32: Trato bien a mis compañeros	94
Tabla 33: Atento con mis compañeros	95
Tabla 34: Responsabilidad laboral	96
Tabla 35: Cumplimiento de tareas.....	97
Tabla 36: Buena imagen laboral.....	98
Tabla 37: Propuesta de ideas.....	99
Tabla 38: Ofrezco ayuda	100
Tabla 39: Propongo estrategias.....	101
Tabla 40: Trabajo en equipo.....	102
Tabla 41: Buena relación laboral	103
Tabla 42: Compañerismo	104
Tabla 43: Participo en capacitaciones	105
Tabla 44: Aplico mis conocimientos	106
Tabla 45: Conozco mi trabajo.....	107
Tabla 46: Calidad en mis trabajos	108
Tabla 47: Profesionalismo	109

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Marketing interno de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020	46
Gráfico 2: Dimensiones del marketing interno de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020	47
Gráfico 3: El desempeño laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020	48
Gráfico 4: Dimensiones del desempeño laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020	49
Gráfico 5: Diagrama de dispersión del marketing interno y el desempeño laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.	50
Gráfico 6: Diagrama de dispersión de la dimensión desarrollo personal y el desempeño laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.	51
Gráfico 7: Diagrama de dispersión de la dimensión contratación y retención de los empleados y el desempeño laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.....	52
Gráfico 8: Diagrama de dispersión de la dimensión adecuación al trabajo y el desempeño laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.....	53
Gráfico 9: Diagrama de dispersión de la dimensión comunicación interna y el desempeño laboral de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo, año 2020.	54
Gráfico 10: Capacitaciones de la empresa.....	80
Gráfico 11: Oportunidades de crecimiento laboral	81
Gráfico 12: Conocimientos de los productos/servicios.....	82
Gráfico 13: Selección de nuevos trabajadores.....	83
Gráfico 14: Remuneraciones	84
Gráfico 15: Toma de decisiones	85
Gráfico 16: Necesidades laborales.....	86
Gráfico 17: Conocimientos de resultados.....	87
Gráfico 18: Valores de la empresa	88
Gráfico 19: Cambios dentro de la empresa.....	89
Gráfico 20: Puntualidad	90

Gráfico 21: Ejemplo para mis compañeros	91
Gráfico 22: Asistencia a reuniones	92
Gráfico 23: Desarrollo con mis compañeros	93
Gráfico 24: Buen trato a mis compañeros	94
Gráfico 25: Atento con mis compañeros	95
Gráfico 26: Responsabilidad laboral.....	96
Gráfico 27: Cumplimiento de tareas	97
Gráfico 28: Buena imagen laboral	98
Gráfico 29: Propongo ideas	99
Gráfico 21: Ofrezco mi ayuda	100
Gráfico 22: Propongo estrategias	101
Gráfico 23: Trabajo en equipo	102
Gráfico 24: Buena relación laboral	103
Gráfico 25: Compañerismo	104
Gráfico 26: Participación en capacitaciones.....	105
Gráfico 27: Aplico mis conocimientos.....	106
Gráfico 28: Conozco mi trabajo	107
Gráfico 29: Interés en la calidad de mi trabajo	108
Gráfico 30: Muestra profesionalismo	109

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelo de Marketing Holístico	25
Figura 2: Modelo de gestión de M.I. de Rafiq & Ahmed.....	27
Figura 3: Modelo de gestión de M.I. de Ahmed, Rafiq & Saad	28

RESUMEN

La presente investigación se basó en la determinación de la incidencia que tiene el marketing interno en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L, en la ciudad de Trujillo, específicamente de la medición de dichas variables con la finalidad de ayudar a la empresa a diagnosticar sus niveles y conocer la relación existente entre ellas. Se utilizó un diseño no-experimental correlacional y se tuvo como muestra a todos los colaboradores (30) pertenecientes al área de ventas de la empresa.

Para la recolección de datos se aplicaron cuestionarios de marketing interno y desempeño laboral basados en las teorías de Bohnenberger y Chiavenato, respectivamente. Dichos instrumentos fueron validados obteniendo una confiabilidad según alfa de Cronbach de 0,853 y 0,858.

Los resultados obtenidos indicaron que existe una correlación directa y altamente significativa entre las dos variables de estudio ($r=0.663$). Se encontró que el personal tiene una percepción positiva en cuanto al nivel de gestión de marketing interno dentro de la empresa, lo que se refleja en el alto nivel de desempeño laboral.

Finalmente se realizó una propuesta de marketing interno de acuerdo con la dimensión más baja obtenida de los resultados, la cual fue contratación y retención, dentro de ella se abordaron los temas de remuneraciones formales e informales.

ABSTRACT

This research was based on the determination of the impact that internal marketing has on the work performance of the employees of the Programa de Capacitación y Formación Docente E.I.R.L., in the city of Trujillo, specifically on the measurement of said variables with the purpose to help the company to diagnose its levels and to know the relationship between them. A correlational non-experimental design was used and all collaborators (30) belonging to the company's sales area were taken as a sample.

For data collection, internal marketing and job performance questionnaires were applied based on the theories of Bohnenberger and Chiavenato, respectively. These instruments were validated, obtaining a reliability according to Cronbach's alpha of 0.853 and 0.858.

The results obtained indicated that there is a direct and highly significant correlation between the two study variables ($r = 0.663$). It was found that the staff has a positive perception regarding the level of internal marketing management within the company, which is reflected in the high level of job performance.

Finally, an internal marketing proposal was made according to the lowest dimension obtained from the results, which was hiring and retention, within it, formal and informal remuneration issues were addressed.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

Bibliografía

- Araujo, M. C., & Guerra, M. L. (2007). *CICAG*. Obtenido de <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/rt/printerFriendly/534/1288>
- Barranco, F. (2000). *Marketing Interno y Gestión de Recursos Humanos*. Madrid, España: Pirámide.
- Berry, L. (1981). El Empleado como consumidor. *Revista de la Banca Minorista*, 3(1), 25-33.
- Berry, L., & Parasuraman, A. (1991). *Competing through quality*. New York Free Press.
- Bohnenberger, M. (2005). *Marketing interno: la actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional*. Tesis doctoral, Universidad de las Islas Baleares, Palmas de Mallorca.
- Bulnes, M., Ponce, C., Huerta, R., Elizalde, R., Santivañez, W., Delgado, E., & Alvarez, L. (2004). Percepción del clima social laboral y de la eficiencia personal en profesionales de la salud del sector público de la ciudad de Lima. *Revista de Investigación en Psicología*, 7(2), 39-64.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos* (5ta ed.). Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano* (1era ed.). México, México: Mc Graw Hill.
- Colling, B., & Payne, A. (1991). Marketing Interno: Una nueva persepectiva de la gestión de recursos humanos. *European Management Journal*, 9(3), 261-269.
- Dávila Sarmiento, A. M., & Velasco Duarte, A. M. (2013). *La satisfacción del cliente interno a través del Endomarketing*. Tesis de Licenciatura, Universidad EAN, Bogotá.
- Flores Arellano, G. G., & Ballón Grados, J. M. (2016). *Implicancias del Endomarketing sobre el diseño del programa de incentivos y beneficios para la fidelización del cliente interno: El caso de Ferreyros S.A*. Tesis de titulación, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Grönroos, C. (1990). Relationship approach to marketing in service contexts: The marketing and organizational behavior interface. *Journal of Business Research*, 20(1), 3-11.

- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (14ª ed.). México, México: Pearson Education.
- Lings, I., & Greenley, G. (2005). Measuring internal market orientation. *Journal of Service Research*, 7(3), 290-305.
- López, M. d., Solís, M. d., & Aguirre, G. (2016). Estrategias de marketing interno para incrementar la motivación del cliente interno. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 3(7), 93-108.
- Palací, F. (2005). *Psicología Organizacional*. Madrid, España: Pearson Educación.
- Pride, W., & Ferrell, O. (2007). *Marketing: Conceptos y Estrategias*. México: McGraw Hill.
- Quintanilla, I. (1991). *Recursos Humanos y Marketing Interno*. Madrid, España: Pirámide.
- Rafiq, M., & Ahmed, P. (1995). El rol del Marketing Interno en la implementación de estrategias. *Journal of Marketing Practice*, 1(4), 32-51.
- Rafiq, M., & Ahmed, P. (2000). Advances in the internal marketing concept: Definition, synthesis and extension. *Journal of Services Marketing*, 14(6), 449-462.
- Rafiq, M., & Ahmed, P. (2002). Internal Marketing: Tools and concepts for customers-focused management. *Publications of Oxford*, 9.
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional* (13ª ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Ruíz, A. (2008). *Manual de Marketing Interno*. Bogotá, Colombia: Editorial CEC.
- Sainz, L. (2005). La mercadotecnia interna como una estrategia de la dirección: "Cómo crear una cultura de servicio". *Intelegis*, 26-28.
- Sasser, W., & Arbeit, S. (1976). Vendiendo trabajos en el sector de servicios. *Business Horizon*, 60-65.
- Soriano, C. (1993). *Las tres dimensiones del marketing de servicios: marketing tradicional, marketing interactivo, marketing interno*. Madrid, España: Diaz de Santos.
- Zegarra del Rosario, F. E. (2014). *Relación entre Marketing Interno y compromiso organizacional en el personal de Salud del hospital de San Juan de Lurigancho*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.